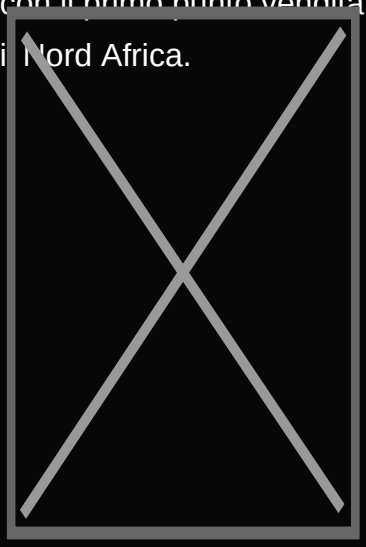
Spontini: lo sviluppo del 2018 del marchio fra Italia ed estero

spontini-point-02-4f7f820a

Spontini, brand milanese della pizza al trancio in rapida crescita a livello nazionale e internazionale, ha presentato nel nuovo headquarter di Milano, i risultati di bilancio 2017 e annunciato le linee di sviluppo dell'espansione del marchio in Italia e all'estero. Con un fatturato in crescita di oltre l'11% rispetto al 2016, Spontini prosegue nel percorso di crescita italiano e internazionale iniziato nel 2015 con il primo punto vendita a Tokyo, in Giappone, e che proseguirà da quest'anno con il Middle East e il Nord Africa.



Fatturato 2017 a 23,5 milioni

Il Gruppo chiude il 2017 con un fatturato a quota 23,5 milioni di euro, in aumento dell'11,2% rispetto ai 21 milioni dello stesso periodo dell'anno scorso. L'incremento è dovuto sia alle cinque nuove aperture del 2017 (Bergamo Alta e Centro, Stazione Centrale, Como, Assago) sia all'ampliamento del menu alle cosiddette "Speciali" che hanno affiancato il classico trancio Spontini alla margherita e all'acciuga. *"Sono numeri importanti* - afferma il CEO & Founder di Spontini Holding, **Massimo Innocenti** - *che testimoniano la natura di un'azienda che ha voglia di ricoprire ancor di più un ruolo da protagonista nel futuro della ristorazione e di non accontentarsi dei pur importanti traguardi già raggiunti. Le sfide non*

ci spaventano, per questo siamo proiettati verso altre opportunità che nei prossimi mesi ci porteranno verso nuove location e nuovi mercati". Nel corso del 2017 Spontini ha servito più di 4 milioni di tranci di pizza, utilizzando più di 460 tonnellate di farina, quasi 270 tonnellate di pomodori e 317 tonnellate di mozzarella.

Piano di sviluppo italiano

Prosegue lo sviluppo in Italia secondo le direttrici già tracciate che prevedono un rafforzamento nel canale travel, nei grandi centri commerciali e in location storiche. Dopo l'esordio nelle stazioni con l'apertura lo scorso anno in Stazione Centrale a Milano, il 2018 segnerà il debutto negli aeroporti. Nel giro di pochi giorni aprirà a Malpensa una nuova pizzeria nel Terminal 1 Area Extra Shengen, Satellite B. *"Malpensa sarà per noi una vetrina sul mondo utile per farci conoscere e per studiare gusti e comportamenti dei consumatori di altri mercati e di altre culture. La partnership con Grandistazioni e con MyChef Spa di Areas Italia ci permette di svilupparci in luoghi di transito altamente visibili e battuti"* afferma Massimo Innocenti. Altra apertura imminente, quella di Venezia. Inaugurerà entro la primavera, infatti, in Strada Nova, zona Cannaregio, in pieno centro storico, la prima pizzeria Spontini in Veneto.

Espansione estera

Durante la conferenza stampa, il CEO Massimo Innocenti è entrato nei particolari anche dell'accordo annunciato il 17 gennaio scorso con il Gruppo Alshaya: *"La prima parte del piano di sviluppo prevede 34 aperture entro sette anni, partendo dal Kuwait e dagli Emirati Arabi Uniti - ha affermato Innocenti -. Oltre a quelli citati, le inaugurazioni riguarderanno Paesi come Bahrein, Oman, Qatar, Arabia Saudita, Libano, Giordania e, nella seconda e nella terza fase, Nord Africa, Turchia e Russia. Spontini rimarrà fortemente connotato come marchio italiano e milanese del food, ovviamente con le dovute modifiche al menu rese necessarie dai diversi contesti di mercato. Per questo, oggi più che mai, possiamo definire Spontini un marchio del made in Milano davvero globale".*



I NUMERI DI SPONTINI

Fatturato 2017: 23.500.000 €

Dipendenti: 307

di cui donne: 42%

di cui stranieri: 30%

Mozzarelle utilizzate: 317.534 kg

Farina consumata: 460.481 kg

Pomodori usati: 266.928 kg

Tranci di pizza venduti: 4.194.419

Numero punti vendita: 24, di cui 8 in franchising (6 in Italia e 2 in Giappone)

Nazionalità dipendenti

Albania, Bangladesh, Brasile, Ecuador, Egitto, El Salvador, Etiopia, Filippine, Italia, Marocco, Nigeria, Pakistan, Perù, Polonia, Repubblica Dominicana.